MEDIA-DATEN 2025

FACHVERLAG FRAUND

Profil

WEIN MARKT
DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR HANDEL UND ERZEUGER

Die Fachzeitschrift WEIN+MARKT ist das Wirtschaftsmagazin der Weinbranche in den deutschsprachigen Ländern und richtet sich an die Entscheider in den Sparten Einzelhandel, Großhandel und Import sowie an Marketing- und Vertriebsverantwortliche von Erzeugern und Abfüllern.

Die Leser nutzen WEIN+MARKT als verlässliche und seriöse Quelle für Informationen jeder Art aus dem Weingeschäft weltweit.

Ein erfahrenes Redaktionsteam aus Insidern liefert der Branche Hintergrundwissen für erfolgreiches Agieren am Weinmarkt.

WEIN+MARKT ist unverzichtbarer Teil und wichtiges Medium der Weinbranche.

www.wein-und-markt.de: tagesaktuell; größter Stellenmarkt der Branche; alle wichtigen Branchentermine

Auflage

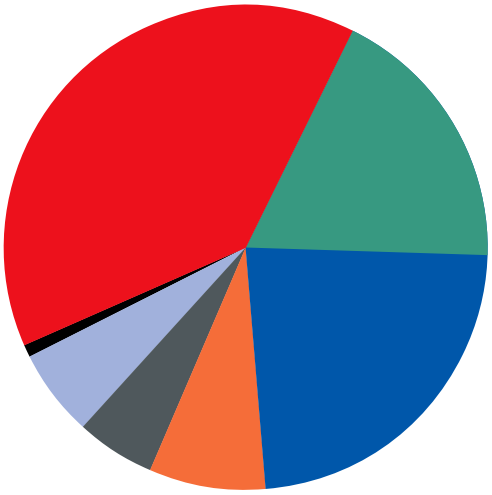
7.123 Ex. (Druckauflage)*
7.043 Ex. (verbreitete Auflage)*

Das sind unsere Leser!

2463
Weinfachhändler
35 %

1795
Lebensmittelmärkte
mit Weinabteilung
25 %

909
Getränkefachmärkte
13 %



613
Journalisten, Agenturen,
Verbände, Genossen-
schaften und Winzer
9 %

627
Importeure
und Großhändler
9 %

395
Einkäufer im LEH und GFGH
5 %

241
Werbeexemplare
4 %

*IVW-geprüfte Auflage
I. Quartal 2024

Weitere Anzeigenformen

Stellenanzeigen	44 mm breit je mm Höhe	2,95 Euro		
sonst. Gelegenheitsanzeigen	44 mm breit je mm Höhe	4,30 Euro		
Zuschlag für Platzierungsvorschrift	15%			
Chiffregebühr	30,- Euro inkl. Zustellkosten			
Chiffregebühr für kostenlosen Stellenmarkt	30,- Euro inkl. Zustellkosten			
Rabatte bei Abnahme inner-halb 12 Monaten	Malstaffel		Mengenstaffel	
	3 Anzeigen	5%	3 Seiten	10%
	6 Anzeigen	10%	6 Seiten	15%
	12 Anzeigen	20%	12 Seiten	25%
Beilagen (nicht rabattfähig)	Gefalzte Größe max. 210 x 297 mm (DIN A4)			
	bis 25 g Gewicht Vollbeilage	2.750,- Euro		
	bis 50 g Gewicht Vollbeilage	3.560,- Euro		
	bis 75 g Gewicht Vollbeilage	3.910,- Euro		
	bis 100 g Gewicht Vollbeilage	4.280,- Euro		
	über 100 g Gewicht auf Anfrage			

Postgebühren für Beilagen auf Anfrage.

Versandanschrift für Beilagen, Einhefter und Tip-on-Cards	Silber Druck oHG, Herrn Thorsten Siemon Otto-Hahn-Straße 25, D-34253 Lohfelden Anlieferung frei Haus, spätestens 10 Tage vor Erscheinungstermin
Gewährleistung	Für Abweichungen im Text, bei Abbildungen und insbesondere Farben übernimmt der Verlag keine Haftung
Kombinationsrabatt	10% bei Buchung der gleichen Anzeige in mindestens 2 der folgenden Titel: WEIN+MARKT, DAS DEUTSCHE WEIN-MAGAZIN, LW-Wochenblatt, Pferdesport Journal

Alle Preise zuzüglich gültiger Mehrwertsteuer.

Weitere Informationen

www.wein-und-markt.de

Verlagsangaben

Verlag	Fachverlag Dr. Fraund GmbH WEIN+MARKT Weberstraße 9, 55130 Mainz/Deutschland Tel. +49 61 31 62 05 24 info@wein-und-markt.de
Leitung	Tel. +49 61 31 62 05 39
Redaktion	Tel. +49 61 31 62 05 19
Anzeigenverkauf	Tel. +49 61 31 62 05 24
Fax	+49 61 31 5 53 95 94
Erscheinungsweise	monatlich
Zusatzleistungen für Abonnenten	wöchentl. Nachrichtendienst *faxline* per Mail, tagesaktuelle Meldungen, uneingeschränkter Zugriff auf unsere Website
Zahlungs-bedingungen	30 Tage nach Rechnungserhalt netto 2% Skonto bei Zahlung innerhalb 14 Tagen 3% Skonto bei Bankabbuchung oder Vorauszahlung
Bankverbindung	IBAN DE23 5108 0060 0010 2210 00
SEPA	Swift-Bic DRES DE FF 510 Umsatzsteuer-Id.-Nummer DE 811 347 282

Technische Angaben

Zeitschriftenformat	230 x 325 mm
Anschnittformat	236 x 331 mm (inklusive 3 mm Beschnitt auf jeder Seite)
Satzspiegel	194 x 265 mm
Spaltenbreite	3 Spalten je 62 mm, 4 Spalten je 44 mm
Druckverfahren	Bogenoffset

Printmagazin Anzeigenformate und Preise in Euro (ohne MwSt.)
Preisliste Nr. 25, gültig ab 1. Januar 2025

Preisliste

Format	Satzspiegel | Breite x Höhe	Im Anschnitt*	Preis 4c
Titelseite	210 x 216 mm		auf Anfrage
2. und 4. Umschlagseite		230 x 325 mm*	4.980,-
1/1 Seite	194 x 265 mm	230 x 325 mm*	4.690,-
2/3 Seite hoch	128 x 265 mm	145 x 325 mm*	3.890,-
1/2 Seite quer 1/2 Seite hoch	194 x 134 mm 92 x 265 mm	230 x 159 mm* 113 x 325 mm*	3.190,-
1/3 Seite quer 1/3 Seite hoch	194 x 88 mm 62 x 265 mm	230 x 110 mm* 78 x 325 mm*	2.330,-
1/4 Seite quer 1/4 Seite hoch 1/4 Seite 1-spaltig	194 x 65 mm 92 x 134 mm 44 x 265 mm	nicht möglich nicht möglich nicht möglich	1.990,-
Sonderformat gegenüberliegend 2x 1/3 Seite hoch	nicht möglich	2x 78 x 325 mm*	3.900,-

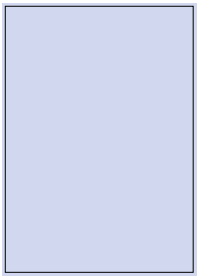
Alle Preise beziehen sich auf Farben der Euro-Skala.
Sonderfarben werden mit 900,- Euro pro Farbe und Anzeige berechnet.

*zuzüglich Beschnittzugabe: 3 mm an allen Seiten

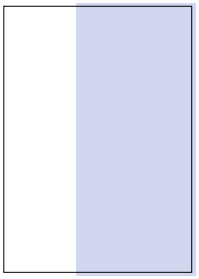
Wichtige Hinweise
Bitte layouten Sie innerhalb des eigentlichen Formats und stellen Sie keine wichtigen Bild- und Textinformationen zu nahe an den Formatrand und/oder in den Anschnitt.

Auf einen Blick

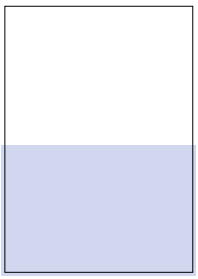
Immer die passende Größe (Breite x Höhe in mm)
Anschnittformat zuzüglich Beschnittzugabe 3 mm an allen Seiten



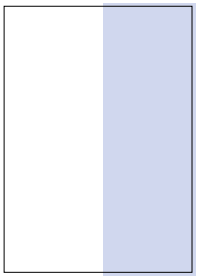
1/1 Seite
230 x 325



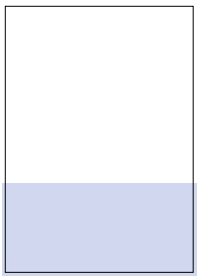
2/3 Seite hoch
145 x 325



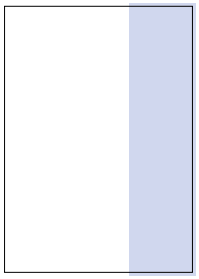
1/2 Seite quer
230 x 159



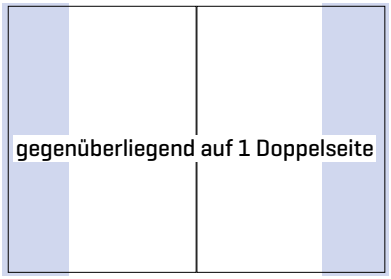
1/2 Seite hoch
113 x 325



1/3 Seite quer
230 x 110



1/3 Seite hoch
78 x 325



2x 1/3 Seite hoch (links & rechts)
2 Anzeigen jeweils 78 x 325

WEIN MARKT
DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR HANDEL UND ERZEUGER

Themen + Termine 2025

Nr.	Erscheinungs-tag	Anzeigen-schluss	Druckunter-lagenschluss	Themenschwerpunkte
1	27.12.2024	02.12.2024	09.12.2024	Fachhandelsgipfel Rioja LEH-Test: Weiße Burgundersorten
2	31.01.2025	13.01.2025	20.01.2025	Wine Paris Vorbericht Logistik IGP Pays d'Oc Test Fachhandelsweine: Crémant
3	ProWein-Ausgabe 07.03.2025	17.02.2025	24.02.2025	ProWein Vorbericht und ProWein Guide Der Weinmarkt Vinitaly-Vorbericht LEH-Test: Cabernet
4	04.04.2025	17.03.2025	24.03.2025	Fachhandelsumfrage Italien Südtirol Test Fachhandelsweine: Pfälzer Spätburgunder
5	02.05.2025	14.04.2025	22.04.2025	Österreich Italienische Genossenschaften LEH-Test: Müller-Thurgau
6	06.06.2025	12.05.2025	19.05.2025	Deutsche Genossenschaften Premiumprodukte aus Italien Test Fachhandelsweine: Scheurebe
7	04.07.2025	16.06.2025	23.06.2025	Prosecco Pfalz LEH-Test: Rosé Frankreich vs. Italien
8	01.08.2025	14.07.2025	21.07.2025	Markenweinreport Rheinhessen Loire Test Fachhandelsweine: Leichte Rotweine
9	05.09.2025	18.08.2025	25.08.2025	Präsente + Verpackungen Württemberg LEH-Test: BiB & Co.
10	02.10.2025	15.09.2025	22.09.2025	Katalonien Schaumweinreport Rhône Test Fachhandelsweine: Zukunftsweine
11	31.10.2025	13.10.2025	20.10.2025	Baden Aromatische Innovationen / Premium Premix LEH-Test: Chardonnay
12	28.11.2025	10.11.2025	17.11.2025	Süße Weine Alkoholfrei-Report Test Fachhandelsweine: Inselweine

Messen

Millésime Bio
27.-29. Januar 2025, Montpellier

Salon des Vins de Loire
03./04. Februar 2025, Angers

Barcelona Wine Week
03.-05. Februar 2025, Barcelona

Wine Paris
10.-12. Februar 2025, Paris

BioFach
11.-14. Februar 2025, Nürnberg

Eurovino
09./10. März 2025, Karlsruhe

ProWein
16.-18. März 2025, Düsseldorf

Vinitaly
06.-09. April 2025, Verona

VDP-Weinbörse
28./29 April 2025, Mainz

World Bulk Wine Exhibition
24./25. November 2025, Amsterdam

Heft 1/2026 erscheint am 09.01.2026 | Anzeigenschluss: 08.12.2025 | Druckunterlagenschluss: 15.12.2025

Regelmäßige Themen und Rubriken in alphabetischer Reihenfolge:
Analysen, Handelskonzepte, Interviews, Kongresse, Ladeneinrichtung, Marktforschung, Messeberichte, Önologie/Fachwissen, Porträts, Preisentwicklung, Produkte, Verkaufsförderung, Vertriebskonzepte, Weinfachhandel

In jeder Ausgabe Beiträge zu den wichtigsten Herkünften aus Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien und Übersee

Fachverlag Dr. Fraund GmbH, WEIN+MARKT, Weberstraße 9, 55130 Mainz/Deutschland
Tel. +49 6131 6205-24, info@wein-und-markt.de, www.wein-und-markt.de
Ihr Ansprechpartner: Werner Trautwein, w.trautwein@fraund.de

faxline

Die *faxline* ist der wöchentliche Nachrichtendienst für Abonnenten von WEIN+MARKT und wird per E-Mail verschickt. Anzeigen in der Faxline sind nicht rabattfähig!

Eckfeld-Anzeige oben links oder rechts

Preis: 2.595,- Euro/Quartal
Belegdauer: quartalsweise
Format: 85 x 40 mm (B x H), 4-farbig

Zentrale Anzeige

Preis: 500,- Euro/Woche
Belegdauer: wöchentlich
Format: 52 x 52 mm (B x H), 4-farbig

Anzeige
KNOCHEN-TROCKEN. MIT MUT ZUM GEGENTREND!
www.mus.de
DRY

WEIN MARKT – DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR HANDEL UND ERZEUGER
faxline
Das Original
www.wein-und-markt.de

Anzeige
IHR DROPSHIPPING PARTNER
WIR SENDEN IHRE BESTELLUNGEN DIREKT AUS UNSEREM LAGER AN IHRE KUNDEN. DABEI MACHT ES KEINEN UNTERSCHIED, OB SIE DIE BESTELLUNG VOR ORT ODER IN IHREM ONLINE-SHOP ERHALTEN. WIR MACHEN DAS FÜR SIE!
freund Wein und Delikatessen
WEINKONTOR-FREUND.DE

Nummer 34/2021 | Mainz, den 27.08.2021

+++ Jacques' geht testweise an die Tanke: Die Fachhandelskette Jacques' Wein-Depot bietet im Großraum Berlin gerade testweise in rund 20 Total-Tankstellen eine Auswahl an französischen Weinen aus ihrem Sortiment an. Das hat Jacques'-Geschäftsführerin Kathy Féron gegenüber WEIN+MARKT bestätigt. Das Angebot fokussiert sich dabei nach ihren Worten auf Weine, die bei Jacques' zwischen 5 und 8 Euro kosten. „Wir sehen den Test vor allem unter dem Aspekt der Neukundengewinnung", erklärt Féron. Dazu beitragen sollen die QR-Codes auf den Rückenetiketten der Weine, über die die Käufer auf die Website von Jacques' (mit Online-Shop) verlinkt werden. Geliefert werden die Weine vom Zentrallager der Fachhandelskette. Mit eingebunden in den Test sind auch die Depotbetreiber aus dem Umkreis der jeweiligen Tankstellen-Standorte, die über Provisionen an den Umsätzen beteiligt werden. Der Test läuft laut Féron noch bis Jahresende. Danach werde man weitersehen. Derzeit sei es noch zu früh für ein erstes Zwischenfazit. -wer-

+++ Schloss Wachenheim wohl besser als erwartet: Auf Basis vorläufiger Zahlen hat die Schloss Wachenheim AG, Trier, im Geschäftsjahr 2020/21 Umsatzerlöse von 354,6 Mio. Euro erwirtschaftet – dies meldet das börsennotierte Unternehmen in einer Ad-Hoc-Meldung. Das bedeutet ein Umsatzplus von rund 4,8 % gegenüber dem Vorjahr (338,2 Mio. Euro). Aber nicht nur der Umsatz lag oberhalb der bisher gemachten Vorhersagen: Die Zahl der verkauften Flaschen (umgerechnet in 1/1-Flaschen) liegt mit 220,2 Mio. ebenfalls über dem Vorjahresabsatz von 214 Mio. Flaschen (Trend: +2,9 %). Demnach konnten die bisherigen Prognosen leicht übertroffen werden, die für beide Kennzahlen jeweils von einem gegenüber dem Vorjahr stabilen Niveau ausgingen. Das operative Ergebnis (EBIT) für das Geschäftsjahr 2020/21 dürfte auf Basis der jetzt vorliegenden vorläufigen Zahlen bei rund 24,4 Mio. Euro (Vorjahr: 19 Mio. Euro) liegen. Damit wurde auch der zuletzt im Mai 2021 angepasste Prognosekorridor fürs Ergebnis (der von 21 Mio. bis 23 Mio. Euro ausging) überschritten. Der vorläufige Konzernjahresüberschuss nach Steuern beträgt rund 17,7 Mio. Euro (Vorjahr 13 Mio. Euro). Hintergrund der positiven Entwicklung sei ein über den Erwartungen liegender Geschäftsverlauf im vierten Quartal 2020/21 in den Teilkonzernen Frankreich und Ostmitteleuropa, heißt es in der Mitteilung. Die Veröffentlichung des geprüften Konzernabschlusses 2020/21 ist für den 23. September 2021 geplant. -ja-

+++ Badischer Winzerkeller verstärkt Team: „Wir wollen in die Zukunft wachsen," erklärt André Weltz, geschäftsführender Vorstand des Badischen Winzerkellers, Breisach. Deshalb investiere das Team ins Marketing und in die Unternehmensentwicklung. Bereits im Juli habe Sarah Gleichauf bei den Sonnenwinzern als Produktmanagerin im Bereich Marketing begonnen. Im August habe zudem Verena Armbruster in Breisach die neu geschaffene Position der Unternehmensentwicklerin übernommen. Sarah Gleichauf absolvierte ein duales Studium der Betriebswirtschaftslehre (B.A.) mit dem Schwerpunkt Handels- und Dienstleistungsmanagement an der DHBW Lörrach. Nach einer einjährigen Weltreise stieg sie ins Online-Abomarketing (bei der DPV Deutscher Pressevertrieb GmbH/Gruner + Jahr GmbH) in Hamburg ein. Dem folgten weitere berufliche Stationen im Digital-Marketing (Webguerillas GmbH in München) sowie als Projektmanagerin (Elbkind GmbH in Hamburg). Von 2013 bis 2021 arbeitete sie als Senior-Projektmanagerin Marketing & Events und Teamleitung Kundenbindungsprogramm beim Hamburger Abendblatt. Verena Armbruster ist gelernte Hotelkauffrau und absolvierte ein Studium der Weinbetriebswirtschaft (B.A.) an der Hochschule Heilbronn. Von 2013 bis 2017 war sie zunächst als Trainee Marketing und später als Brandmanagerin bei der Weinkellerei F. W. Langguth Erben tätig, bevor sie ein Masterstudium mit Fachrichtung Trend- und Nachhaltigkeitsmanagement absolvierte. Zuletzt arbeitete sie von 2017 bis 2021 als Produktmanagerin der DEHOGA-Akademie in Bad Überkingen. -red-

+++ Henkell Freixenet komplettiert Filipopolis-Übernahme: 2018 hatte Henkell Freixenet bereits die Mehrheit des litauischen Distributionsspezialisten Filipopolis erworben, jetzt übernimmt das Unternehmen nach eigenen Angaben auch noch die verbliebenen Anteile. Filipopolis, das nun offiziell unter dem Namen UAB Henkell Freixenet Lietuva firmiert und seinen Sitz in Kaunas hat, gilt als einer der führenden Importeure und Distributeure von alkoholischen Getränken in Litauen. Seit der Übernahme der Mehrheitsanteile hatte Filipopolis bereits Marken von Henkell Freixenet in sein Portfolio aufgenommen und von den positiven Schaumweintrends in Litauen profitiert. Das Unternehmen konzentrierte sich dabei besonders auf den Vertrieb von Mionetto Prosecco und Cava Freixenet sowie auf das Wachstum des bestehenden Produktportfolios. Selbst in Krisenzeiten konnte damit laut Firmenangaben eine hervorragende Geschäftsentwicklung mit stetigem Wachstum erzielt werden. „Mit dem Erwerb von Filipopolis haben wir unser Cluster im Baltikum vervollständigt. In nur drei Jahren haben wir dort nicht nur unseren Umsatz fast verdoppelt, sondern auch unsere strategischen Marken Freixenet und Mionetto zu führenden Prosecco- und Cava-Marken entwickelt", so Dr. Andreas Brokemper, CEO von Henkell Freixenet. Liudas Zukaitis, Business Development Director bei Henkell Freixenet Lietuva, erklärt: „Durch die Eingliederung in die Gruppe haben wir jetzt Zugang zu einem attraktiven internationalen Sekt-, Wein- und Spirituosenportfolio." -red-

siegbert bimmerle WEINGUT
AUSGEZEICHNETE BURGUNDER
Genießen SIE SPITZENWEINE
wein-bimmerle.de

+++ Alexandra Demuth tritt in Katlenburger-Geschäftsführung ein: Alexandra Demuth, seit August 2018 Head of Marketing bei Katlenburger und Urenkelin des Firmengründers, ist ab sofort Teil der Geschäftsführung des Unternehmens. Dies meldet die familiengeführte Kellerei. Sie führt das Unternehmen damit gemeinsam mit ihrem Onkel Klaus Demuth. Als Head of Marketing hatte sie vor allem die strategische Ausrichtung und Positionierung der Marke Katlenburger verantwortet. Nachdem nun Auftritt und Sortiment einem Relaunch unterzogen worden seien, werde sie sich zukünftig weiteren Themen widmen, heißt es in der Mitteilung des Hauses. „Es macht mich sehr stolz, in die Fußstapfen meiner Vorfahren zu treten und das Unternehmen, welches mein Urgroßvater vor über 95 Jahren aufgebaut hat, weiter in die Zukunft zu begleiten", sagt Alexandra Demuth. -red-

+++ Betriebsübergabe bei Antes: Anja Antes-Breit und Heike Antes übernehmen am 1. November 2021 von ihrem Vater Reinhard Antes die Führung des Familienbetriebs. Die beiden Geisenheim-Absolventinnen sind bereits im Unternehmen in den Bereichen Beratung und Rebenverkauf tätig. Der Rebveredler Antes Weinbau Service GmbH mit Sitz an der Hessischen Bergstraße wird derzeit in zweiter Generation von Reinhard Antes und seinem jüngeren Bruder Helmut geführt. Bewirtschaftet werden 48 ha mit 400 Rebsorten und Klonen. In den Vergleichspflanzungen hat Antes 75 Piwi-Sorten stehen. „Der Rebenverkauf beträgt abhängig vom Jahrgang um die 1,7 Mio. Reben mit rund 550 Kombinationen, davon sind aktuell 190 Piwi-Kombinationen", informiert Reinhard Antes. Der Export erfolgt laut Antes in ca. 40 Länder mit einem „klaren Schwerpunkt" bei den neuen Cool-Climate-Ländern. Vom 30. August bis 11. September 2021 finden in dem Betrieb die „Rebsortentage" statt. Kunden und Interessierte haben dann die Möglichkeit, die Weinberge zu besichtigen und Sorten, Klone und Unterlagen zu vergleichen. -ac-

faxline ist der wöchentliche Informationsdienst für Abonnenten von WEIN+MARKT, Tel +49 6131 6205-12, Fax +49 6131 5 53 95 94, E-Mail: info@wein-und-markt.de
V.i.S.d.P.: Werner Engelhard. Alle Nachrichten dienen zur persönlichen Information. Weiterleiten ist nicht gestattet.

Website | www.wein-und-markt.de

WEIN+MARKT online

- Abonnenten von WEIN+MARKT genießen den exklusiven Zugang zu tagesaktuell recherchierten Nachrichten und Analysen.
- Nutzer unserer Website profitieren vom größten Stellenmarkt der Branche.
- Auf www.wein-und-markt.de sind alle wichtigen Branchentermine zu finden.
- Das umfangreiche Archiv ermöglicht die Suche nach älteren Beiträgen für die eigene Recherche.
- Unsere Leser haben jederzeit Zugriff auf relevante Fachinformationen.

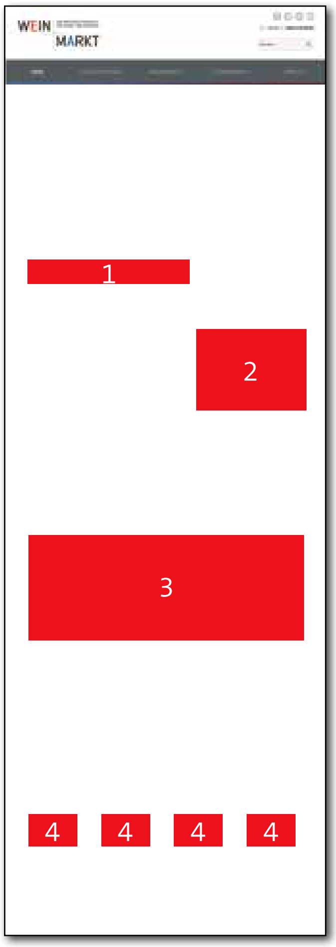
Leistungsdaten

Seitenaufrufe (PI)/Monat
38.000-43.000

Besucher (Unique Visitors)/Monat
6.200-7.700

(Erhebungsmethode verändert!)

Leser besuchen
www.wein-und-markt.de
überwiegend werktags



Formate und Preise Website

1	**Full Banner**	Format: 468 x 60 px	1.000,- Euro/Monat
2	**Large Rectangle**	Format: 336 x 280 px	900,- Euro/Monat
3	**Expandable Super Banner**	Format: 728 x 300 px	1.000,- Euro/Monat
4	**Partnerlogo**	Format: 120 x 90 px	je 200,- Euro/Monat
	Belegdauer	monatlich	

Datenanlieferung

Ihr Ansprechpartner:
Werner Trautwein
Tel. +49 61 31 62 05 24
Mobil +49 16 21 31 40 11
w.trautwein@fraund.de
www.wein-und-markt.de

Dokumentaufbau

Bitte bauen Sie die Anzeige im gebuchten Format auf. Bei angeschnittenen Anzeigen einen Beschnitt von 3 mm an allen Seiten zugeben.

WICHTIG!

Zur Kontrolle bitte immer einen Ausdruck beilegen bzw. per Mail zusenden mit Angabe der gewünschten Farbigkeit.

Daten

PDF mit den üblichen Standards, Auflösung mindestens 300 dpi

Farbprofil

ISO Coated V2 300%

Schriften

Beim Versand von offenen Programmdateien bitte alle verwendeten Schriften mitschicken. Achten Sie auch darauf, Schriften mitzuliefern, die in EPS-Dateien verwendet werden.

WICHTIG!

Wir weisen darauf hin, dass die Weitergabe von Originalschriften die Urheberrechte der Schriftdesigner verletzen kann. Es ist legal, Schriften in geschlossenen Dateien wie Postscript oder PDF weiterzugeben.

E-Mail

Bitte schicken Sie die Anzeigendaten per Mail an: **w.trautwein@fraund.de**

FACHVERLAG FRAUND

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag" im Sinne der nachfolgenden Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige" deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.
   Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seiner Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende, erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 Prozent, bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 Prozent, bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 Prozent, bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 Prozent beträgt.
   Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.
    Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen, ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages.
    Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.